



DBJ

Digital Business Journal

VOLUMEN 1
NÚMERO 1
JUL - DIC, 2021

01

DIGITAL BUSINESS JOURNAL

La Universidad de Ciencias Empresariales se complace en presentar el primer número de la revista científica International Digital Business Journal (DBJ), publicación seriada orientada a difundir la investigación científica, principalmente en el ámbito de la investigación aplicada y la innovación en materia del emprendimiento, los negocios y tópicos vinculados a la administración y gestión, permitiéndose también la recepción de contribuciones interdisciplinarias.

Digital Business Journal permite la publicación de artículos originales, artículos de revisión y ensayos, que cumplan con los criterios de rigurosidad metodológica en cada una de sus secciones. En ese sentido DBJ privilegia los manuscritos que estén redactados con los criterios del IMRYD (introducción, metodología, resultados y discusión), sin que ello signifique inflexibilidad, ya que de acuerdo al tipo de manuscrito y el enfoque metodológico, estas secciones podrían variar.

Neumann a través de la presente revista procura llenar el vacío de la investigación aplicada y la innovación, dimensiones de la investigación científica, que muchas veces no se abordan, ya que se privilegia la investigación pura y empírica. La presente propuesta de revista científica que nace con este primer número espera ser un espacio para un segmento académico y científico más pragmático.

Ben Y. P. Yábar Vega
Doctor en Administración
Director de Investigación – Editorial UCE

ÍNDICE

Entendiendo el Marketing <i>Luis Enrique Quiñones Bayarbar</i>	3 - 12
Alcances del proceso de internacionalización en el contexto de las Universidades Peruanas <i>Lucio Walter M. Valderrama Pérez</i>	13 – 20
Clima Organizacional y Rendimiento Académico desde la perspectiva del estudiante de Educación Superior <i>Regis Andre Junior Fernández Argandoña</i>	21 - 37
El arancel especial de la Zofra Tacna y su relación con las migraciones fronterizas <i>Pelayo Delgado Tello, David Acosta Hinojosa</i>	38 – 49
La estrategia competitiva en la cadena de comercialización de productos agroexportables <i>Alberto Miguel Alponse Montoya</i>	50 - 62

EQUIPO EDITORIAL

Director -Editor

- Dr. Ben Y. P. Yabar Vega, Universidad de Ciencias Empresariales, Tacna, Perú.

Asistente de edición

- Lic. Yasmin E. Guerrero Vargas, Universidad de Ciencias Empresariales, Tacna, Perú.

Comité Editorial

- Dr. Jorge Bernal Peralta Docente de la Universidad de Tarapacá, Chile.
- Dr. Jehovanni F. Velarde Molina, Docente de la Escuela de Postgrado Neumann, Perú.
- Dr. Sinuhe Carlos Guardado Lopez Docente de la Universidad Autónoma de México.